

PENGARUH MOTIVASI BERPRESTASI DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN MARKETING *FUNDING* DI BANK MUAMALAT SURABAYA

Vidiya Maslihatiddiniyah

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: vidiyamaslihatiddiniyah16081194024@mhs.unesa.ac.id

Lucky Rachmawati

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya Email:
luckyrachmawati@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh motivasi berprestasi dan kompensasi terhadap kinerja karyawan marketing funding di Bank Muamalat Cabang Surabaya. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh dengan mengambil sampel seluruh populasi. Dalam penelitian ini sebanyak 30 karyawan marketing funding di Bank Muamalat Cabang Surabaya dari tiga cabang yang berbeda yakni, Kantor Cabang Utama-Mas Mansyur, Kantor Cabang Utama-Darmo dan Kantor Cabang Utama-Mayjend yang ada di Surabaya. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yakni membuat daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden, dengan menggunakan skala likert dalam bentuk checklist lima opsi jawaban. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pada variabel motivasi berprestasi dan kompensasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja karyawan marketing funding di Bank Muamalat Cabang Surabaya. Sedangkan secara parsial, diperoleh hasil bahwa motivasi berprestasi dan kompensasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan. Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) memberikan pengaruh sebesar 46,2% terhadap kinerja karyawan marketing funding di Bank Muamalat Surabaya. Sedangkan sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Motivasi Berprestasi, Kompensasi, Kinerja Karyawan

Abstract

This research is aimed to see the impact of achievement motivation and compensation toward the performance of funding marketing employees in Muamalat Bank Surabaya Branch. This study uses a saturated sample by involving the entire population to be sampled. In this study there were 30 employees of funding marketing in Muamalat Bank Surabaya Branch from 3 different branches namely The Main Branch Office-Mas Mansyur, The Main Branch Office-Darmo, and The Main Branch Office-Mayjend Sungkono. The data collection technique applied in this research is a questionnaire with a list of questions addressed to the respondent using a Likert scale in the checklist-shaped with 5 options answer. The test measuring instruments such as multiple linear regression and hypothesis test consists of t-test, f-test, and determination coefficient (R^2) are employed as the data analysis technique. The finding resulted that, simultaneously, the variable of achievement motivation and compensation is positively influenced the performance of funding marketing employees in Muamalat Bank Surabaya Branch. Meanwhile, partially, it resulted that achievement motivation and compensation are significantly and positively impacted the performance of the employees. While the results of the coefficient of determination (R^2) test gives an effect of 46.2% on the performance of marketing funding employees at Muamalat Bank Surabaya. While the remaining 53.8% of the variables are put outside the research.

Keywords: achievement motivation, compensation, performance of employee

1. PENDAHULUAN

Gencarnya persaingan dalam dunia usaha menjadi salah satu resiko yang perlu dihadapi oleh para tokoh bisnis lekatnya rivalitas bisnis tidak dapat dicegah oleh mereka yang telah menjalankan bisnis. Tingkat persaingan dalam industri perbankan sangat ketat. Hal ini bank syariah harus benar-benar mampu untuk bersaing diantara pangsa pasar yang sama. Oleh karena itu beragam kebijakan sangat diperlukan untuk menanggapi strategi pelik persaingan dengan harapan perusahaan mampu mempertahankan dan memperkuat citranya

Wimboh Santoso, selaku Ketua Dewan Komisaris Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan persaingan antar bank kian ketat dan konsolidasi adalah konsekuensi dari kompetisi di sektor perbankan (Farras, 2019). Seperti halnya persaingan yang terjadi antar Bank Umum Syariah (BUS). Dengan diterbitkannya UU perbankan syariah No.21 Tahun 2008, mendorong perkembangan pada sektor jasa keuangan termasuk industri sektor perbankan syariah yang lebih maju dan bertumpu pada landasan hukum memadai. Berdasarkan data yang dimuat dari Otoritas Jasa Keuangan jumlah tingkat kantor cabang di Indonesia mencapai 478 kantor cabang utama, kantor cabang pembantu mencapai 1.229 dan kantor kas mencapai 198 kantor mengakibatkan persaingan ketat pada BUS (OJK, 2019). Hal ini tentu diiringi dengan semakin banyak BUS maka kebutuhan akan Sumber Daya Insani (SDI) yang memiliki wawasan dan kemampuan ekonomi syariah juga semakin sangat perlu dibutuhkan.

Hasibuan (2005), keberhasilan suatu perusahaan terletak pada peran manusia dalam organisasi sebagai mediator, penyelenggara sekaligus perencana dalam menentukan rencana jangka panjangnya. Dalam hal ini, karyawan merupakan sumber daya Insani yang berperan aktif dan penentu dalam setiap aktivitas perusahaan. Keinginan untuk tercapainya prestasi yang diharapkan cenderung melakukan upaya dengan kesungguhan agar tercapainya prestasi dengan predikat terpuji. Menurut Suwarno (2010) sebagai psikolog, motivasi berprestasi merupakan keinginan yang tercermin untuk memantapkan tujuan yang belum tercapai yang ditampilkan dengan tingkah laku kerja keras menggunakan keahlian dan kemampuan yang dimiliki. Konsep motivasi menyatakan apabila seseorang dalam keadaan seimbang atau memperoleh apa yang didapat pada dirinya maka dapat dikatakan telah memperoleh suatu keadaan *a state of equilibrium*. Dan apabila seseorang sedang tidak seimbang, dikatakan bahwa orang itu berada dalam *a state of disequilibrium* (Sudaryo, dkk. 2018). Motivasi berprestasi dipengaruhi oleh sebuah kepuasan yang didapatkan dengan pekerjaan yang dijalannya. Karyawan yang puas dengan pekerjaannya akan lebih termotivasi untuk melakukan suatu hal yang baru. Oleh karenanya, perusahaan harus menyadari adanya kebutuhan untuk memuaskan karyawan.

Pandangan islam mengenai nilai-nilai agama islam tentang motivasi, Allah menegaskan motivasi dalam Al-quran surah Al-Jumuah ayat 10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”(QS. Al-Jumuah 62:10)

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah menyuruh agar beraktivitas mencari karunia-Nya dengan kerja yang halal dan keuntungan yang halal untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Namun, tidak lupa mengutamakan urusan akhirat kemudian urusan duniawi agar mendapatkan rahmat dan ridho dari Allah SWT dan memperoleh kemenangan atas orang-orang yang berhak dari perbaikan dirinya sendiri melalui ikhtiarnya. Sebab jika seseorang sudah melibatkan Allah dalam segala urusannya, *output* dalam kerja dapat terbingkai dengan rasa tawakkal dan ikhlas. Esensinya adalah motivasi sama halnya dengan “*uhiba shay*” (mencintai sesuatu). Artinya, apabila mereka sangat menyukai sesuatu, maka akan mencurahkan daya upaya yang benar-benar maksimal sehingga prestasi bagus menjadi suatu hal yang tidak dapat ditawar-tawar lagi.

Berdasarkan *Annual Report* tahun 2018 menunjukkan hasil *Net Income* selama enam tahun terakhir mengalami ketidakstabilan. Pendapatan netto tahun 2013 mencapai sebesar 4,64%, tahun 2014 sebesar 3,36%, pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 4,09%, namun tahun 2016 mengalami penurunan kembali sebesar 3,21%, kemudian pendapatan bersih tahun 2017 sebesar 2,48% dan tahun 2018 sebesar 2,22% mengalami penurunan drastis. Turunnya pendapatan netto tersebut dapat bersumber dari hasil kerja karyawan yang rendah. Oleh sebab itu diperlukan aspek-aspek agar kinerja karyawan tetap dalam kondisi optimal diantaranya dengan memberikan timbal balik sebagai bentuk balas jasa dari perusahaan untuk karyawan.

Dalam Al-quran Surah Al-Ahqaf ayat 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا ۗ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.(QS. Al-Ahkaf 46:19)

Ayat diatas menunjukkan kedudukan yang akan diperoleh manusia jika hal itu didasarkan pada hasil kinerja mereka. Pemberian kompensasi yang diperoleh seseorang akan berbeda dengan upah yang didapatkan oleh orang lain sesuai porsi kinerja yang mereka lakukan.

Pengertian marketing secara umum dapat dikatakan sebagai suatu proses pengkomunikasian informasi bagi calon konsumen melalui kesan-kesan positif berkaitan dengan produk atau identitas perusahaan yang sesuai dengan perencanaan dan pengevaluasian program-program guna merangsang kepuasan dan pembelian konsumen (Ruslan, 2016). Dalam dunia perbankan bagian marketing merupakan bagian terpenting bagi perusahaan yang akan berhadapan langsung dengan calon nasabah dalam penghimpun dana dari pihak ketiga yaitu tabungan, giro maupun deposito. Pembiayaan pada bank syariah tidak akan bisa tersalurkan jika tidak ada dana dari pihak ketiga. Oleh sebab itu penghimpunan dana dari pihak ketiga benar-benar diperlukan bagi dunia bisnis.

Funding officer bertugas dibidang marketing diharapkan mampu meningkatkan jumlah para nasabah bank melalui promosi dengan menawarkan pelayanan menarik dan menguntungkan sebagai perangsang melalui Taktik, *Push, Pull, and Pash Strategy* marketing (Ruslan, 2016). Marketing *funding* ini dituntut untuk memenuhi target dalam kerjanya. Pemenuhan target menjadi tolok ukur dalam menilai kinerja. Apabila marketing *funding* selaku *outcome* dari kegiatan menghimpun dana tidak memiliki

motivasi karena kompensasi tidak sesuai, akhirnya tujuan tercapainya target *funding* yang diinginkan tidak akan mencapai hasil yang maksimal.

Salah satu marketing *funding* di Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya-Mas Mansyur Anggia Jancynthia menerangkan, bahwa setiap pendanaan dana dari masyarakat layak sesuai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan pada tiap periode. Ketika target tersebut telah dipenuhi maka karyawan menerima kompensasi sesuai target yang diperoleh. Oleh sebab itu, untuk memperoleh kompensasi yang tinggi, seorang marketing *funding* harus mampu memenuhi target yang ditetapkan perusahaan.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari hasil wawancara pada salah satu Bank Muamalat kantor cabang di Surabaya pada rentang bulan Agustus 2019-Januari 2020 yaitu masih terdapat perolehan dana dari marketing *funding* yang tidak tercapai dari target yang telah ditentukan oleh perusahaan pada bulan Agustus dan November. Total perolehan dana pada bulan Agustus sebanyak 413,03 milyar dan pada bulan November sebanyak 459,24 milyar. Sedangkan target yang ditentukan perusahaan sebanyak 500,00 milyar sehingga terdapat 2 perolehan dana *funding* yang tidak tercapai. Menurunnya kinerja karyawan pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Surabaya-Mas Mansyur pada bagian marketing *funding* akan berdampak tidak tercapainya perolehan dana *funding* yang tidak tepat waktu pada tenggang waktu setiap bulan sehingga karyawan merasa terbebani dengan jumlah target perusahaan tersebut.

Apabila dikaitkan dengan kompensasi yang diberikan perusahaan, pihak Bank Muamalat Cabang Surabaya selalu berusaha untuk memaksimalkan kinerja karyawannya agar pencapaian atas kinerja karyawan juga diharapkan lebih maksimal. Adapun dalam pemberian kompensasi pada Bank Muamalat Cabang Surabaya terbagi menjadi dua yakni, berupa kompensasi finansial. Kompensasi finansial meliputi; gaji, insentif dan tabungan hari tua, asuransi kesehatan, tunjangan menikah berupa kesejahteraan istri dan pendidikan anak, tunjangan hari besar (THR). Sedangkan kompensasi nonfinansial yang diberikan meliputi pengakuan prestasi, lingkungan kerja yang *support* misalnya mendapatkan pujian, rasa kepedulian yang tinggi antar karyawan, dan juga kenyamanan atas fasilitas yang diterima. Tidak jarang marketing *funding* menghalalkan segala cara agar tercapai target perusahaan. Dalam kenyataannya dilapangan, banyak marketing *funding* yang menabrak rambu-rambu dan etika sesuai yang ditetapkan oleh agama. Sejatinya seorang marketing seharusnya tidak sekedar mengugurkan tanggung jawab kemudian memperoleh kebutuhan materiil saja. Marketing adalah suatu hal yang sangat komprehensif. Oleh sebab itu, etika marketing harus diimbangi prinsip-prinsip syariah dan sesuai dengan koridor islami. Masalah yang terjadi pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Surabaya bagian marketing *funding* adalah masih rendahnya capaian target yang diharapkan, masih terdapat perolehan dana *funding* yang tidak tercapai target dari waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dilapangan, menyimpulkan bahwa pemberian kompensasi finansial dan nonfinansial oleh perusahaan terhadap karyawan dirasa masih belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan. Oleh sebab itu, upaya dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui pemberian kompensasi masih belum sesuai sehingga berakibat menurunnya motivasi sehingga mengurangi kinerja seseorang sebagai marketing *funding* yang sangat melelahkan dan menguras waktu.

Dengan mempertimbangkan performa kapabilitas bank untuk melayani masyarakat dalam segi kualitas jasa pelayanan. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. memiliki misi “membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan” (Bank Muamalat, 2016). Pada misi tersebut, menegaskan bahwa PT. Bank Muamalat, Tbk. membutuhkan kemampuan sumber daya manusianya dalam mengelola dan menjalankan aktivitas perusahaan, sehingga penting bagi Bank Muamalat Cabang Surabaya untuk terus meningkatkan kinerja karyawannya. Dalam hal ini SDI menjadi sebuah tolok ukur terhadap keberhasilan perusahaan.

Tujuan pada penelitian ini untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh adanya motivasi berprestasi maupun kompensasi yang memuat kompensasi (finansial dan nonfinansial) terhadap kinerja (Y) secara parsial maupun simultan.

2. METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini merupakan tipe penelitian kuantitatif pendekatan asosiatif dengan hubungan kausal. Populasi pada penelitian ini yakni karyawan marketing *funding* Bank Muamalat Kantor Cabang Utama-Mas Mansyur, Kantor Cabang Utama-Darmo dan Kantor Cabang Utama-Mayjend yang ada di Surabaya. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan sampel jenuh dengan melibatkan seluruh populasi untuk dijadikan sampel dengan kriteria 1). Responden yang bekerja di Bank Muamalat Cabang Surabaya, 2). Responden bekerja di bagian Marketing *funding*. Sehingga diperoleh jumlah sampelnya sebanyak 30 orang yang melakukan kegiatan penghimpunan dana.

Operasional yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu variabel dependen, Kinerja Karyawan (Y1) dan variabel independen yakni motivasi berprestasi (X1) dan kompensasi (X2). Kinerja karyawan dapat diukur melalui pertimbangan atas kuantitas pekerjaan (*quantity of work*), kualitas pekerjaan (*quality of work*), kemandirian (*dependability*), inisiatif (*initiative*), adaptabilitas (*adaptability*), kerja sama (*cooperation*) yang dinilainya atas kepentingan perusahaan (Mondy, Noe, Premeaux, 1999 dalam Priansa, 2017). Selanjutnya pada variabel motivasi berprestasi (X1). Motivasi berprestasi yang diukur dari teori McClelland terdiri dari: menyenangkan tugas dan tanggungjawab pribadi; menyenangkan umpan balik atas tugas yang dilakukan; mempertimbangkan resiko pemilihan tugas; kreatif dan inovatif; waktu penyelesaian tugas; keinginan menjadi yang terbaik. Sedangkan pada variabel Kompensasi (X2), Tolok ukur mengukur kompensasi ini terdiri menjadi dua kelompok yakni kompensasi finansial dan nonfinansial. Kompensasi finansial secara langsung diukur dari indikator meliputi gaji, upah, dan insentif. Kemudian kompensasi finansial secara tidak langsung meliputi tunjangan dan asuransi. Sedangkan kompensasi nonfinansial diukur dari indikator lingkungan psikologis dan lingkungan fisik (Zainal et al., 2014)

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yakni membuat daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah dengan menggunakan skala likert dalam bentuk checklist 5 (lima) opsi jawaban. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 42 item

pernyataan secara keseluruhan dinyatakan valid. Sedangkan uji reabilitas dilihat dari *Cronbach Alpha* dengan ketentuan nilai *Cronbach Alpha* >0,6. Adapun hasil reabilitas menyatakan keseluruhan alat ukur tersebut dikatakan sudah reliabel atau dapat diandalkan.

Teknik analisis data menggunakan uji teknik analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Data tersebut diolah dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 25 for windows. Pada analisis model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2$$

Keterangan

Y = Kinerja Marketing Funding di Bank Muamalat Cabang Surabaya

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

x1 = Motivasi Berprestasi

x2 = Kompensasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

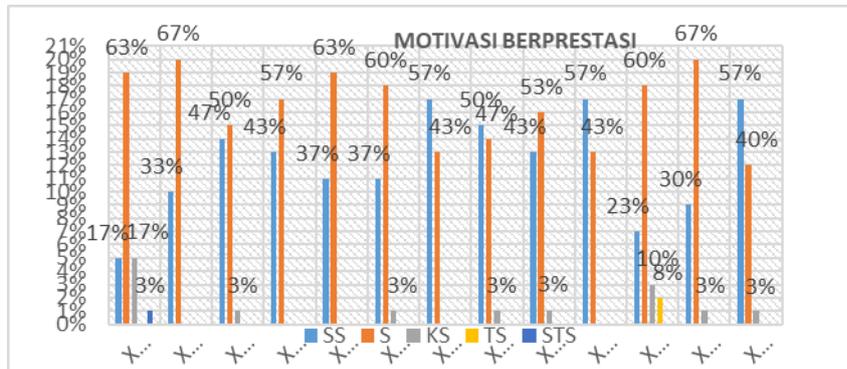
Berdasarkan hasil distribusi frekuensi dapat diketahui karyawan pada bagian marketing *funding* di bank muamalat cabang surabaya seluruhnya berjumlah 30 orang karyawan. Pada bagian BDM *funding* sebanyak 1 orang (3%), bagian SRM *funding* sebanyak 4 orang (13%) dan junior RM *funding* sebanyak 25 (84%). Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan karyawan laki-laki sebanyak 9 orang (30%), karyawan perempuan sebanyak 21 orang (70%). Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan usia 22-27 tahun sebanyak 13 orang (43%), usia 28-33 tahun sejumlah 5 orang (17%), usia 34-39 tahun sebesar 8 orang (27%) kemudian usia 40-45 tahun sebanyak 4 orang (13%). Dengan demikian dapat disimpulkan karyawan marketing *funding* didominasi usia 22-27 tahun. Hal ini dikarenakan usia muda terbilang usia produktif yang masih memiliki intensitas kerja tinggi. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa latar belakang tingkat pendidikan karyawan yang bekerja di bank muamalat cabang surabaya hampir seluruhnya berpendidikan strata 1 berjumlah 29 orang (97%), dan berpendidikan D3 hanya berjumlah 1 orang saja (3%). Karakteristik responden berdasarkan masa kerja menunjukkan karyawan dengan masa kerja paling banyak 1-2 tahun berjumlah 9 orang (30%) sisanya dengan masa bekerja yang beragam.

Nilai rata-rata (*mean*) dari hasil jawaban responden pada variabel motivasi berprestasi adalah 4,35. Pada jawaban responden dari variabel kompensasi memiliki rata-rata total sebesar 3,84. Kemudian untuk jawaban responden dari variabel kinerja memiliki rata-rata total sebesar 4,04. Artinya, kinerja karyawan pada marketing *funding* sudah tinggi. Disimpulkan bahwa kinerja marketing *funding* di bank muamalat cabang surabaya sudah maksimal.

Frekuensi jawaban responden dari variabel motivasi berprestasi yang menyatakan pilihan sangat setuju terbanyak pada pernyataan “karyawan bersungguh-sungguh dalam menyelesaikan tugas” dan pernyataan “kreatif menentukan masa depan” sama-sama memilih jawaban sangat setuju terbanyak berjumlah 17 orang (57%) dan yang memilih jawaban setuju berjumlah 13 orang (43%).

Kemudian pernyataan responden yang memilih jawaban “Selalu memiliki keinginan untuk menjadi yang terbaik dalam pekerjaan” memilih jawaban sangat setuju berjumlah 17 orang (57%) dan jawaban setuju berjumlah 12 orang (40%) dan jawaban kurang setuju hanya 1 orang (3%).

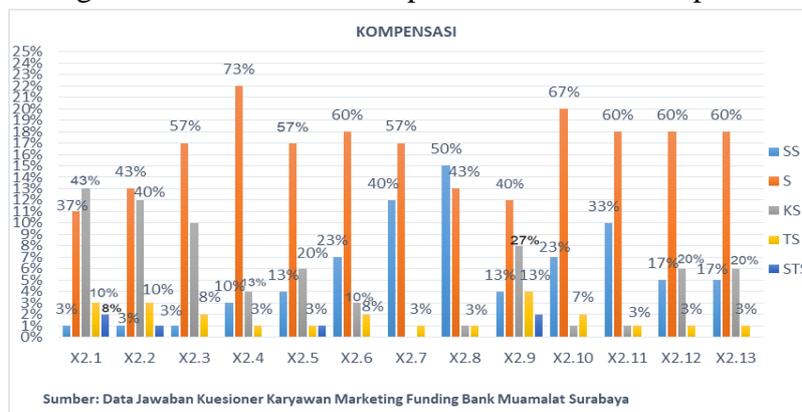
Diagram 1. Karakteristik Responden Variabel Motivasi Berprestasi



Sumber: Data Kuesioner Karyawan Marketing Funding Bank Muamalat Surabaya

Dari seluruh pernyataan kuesioner pada variabel motivasi berprestasi terdapat nilai rata-rata terendah pada item pernyataan “Saya dapat menyelesaikan tugas dibidangnya (marketing *funding*) sesuai dengan target yang telah ditentukan perusahaan”, responden menyatakan kurang setuju sebanyak 5 orang (17%) dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (17%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (3%). Namun hal tersebut, masih dikatakan baik karena tidak memenuhi sebagian dari responden yang menyatakan jawaban paling banyak setuju.

Diagram 2. Karakteristik Responden Variabel Kompensasi



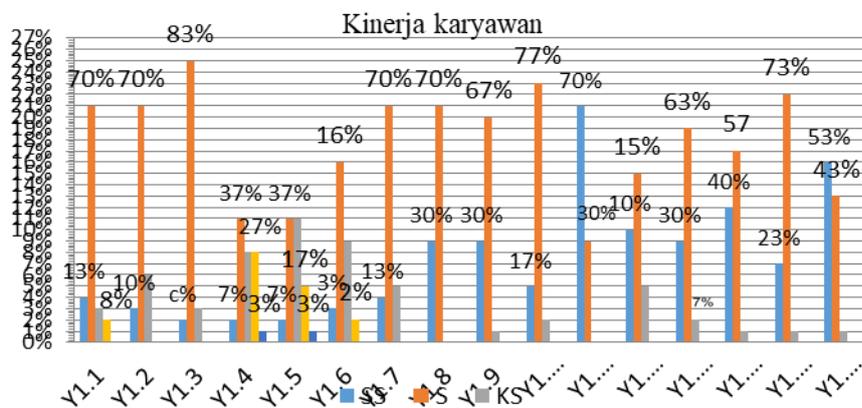
Sumber: Data Jawaban Kuesioner Karyawan Marketing Funding Bank Muamalat Surabaya

Karakteristik responden dari variabel kompensasi yang menyatakan persepsi positif terbanyak pada pernyataan “karyawan mendapatkan cuti ketika sakit ataupun cuti ketika melahirkan” memilih jawaban setuju berjumlah 17 orang (57%), jawaban sangat setuju 12 orang (40%) dan jawaban tidak setuju hanya 1 orang (3%). Pada pernyataan “karyawan mendapatkan asuransi kesehatan untuk membantu kesejahteraan keluarga” responden memilih jawaban sangat setuju terbanyak sebesar 15 orang (50,0%), jawaban setuju 13 orang (43%) dan jawaban kurang setuju berjumlah 1 orang (3) serta tidak setuju berjumlah 1 orang (3%) kemudian pada pernyataan “mendapatkan lingkungan kerja yang kondusif dalam perusahaan” responden menyatakan jawaban setuju paling

terbanyak dengan jumlah 18 orang (60,0%), jawaban sangat setuju berjumlah 10 orang (33%) dan responden yang memilih jawaban kurang setuju hanya 1 orang (3%) dan tidak setuju juga 1 orang

Dari seluruh pernyataan kuesioner pada variabel kompensasi terdapat nilai rata-rata terendah pada item pernyataan “karyawan merasa puas dengan gaji yang ditetapkan perusahaan”, responden memilih jawaban kurang setuju terbanyak sebanyak 13 orang (43%), jawaban tidak setuju sebanyak 3 orang (10%), jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (7%) kemudian jawaban setuju sebanyak 11 orang (37%) dan jawaban sangat setuju sebanyak 1 orang (3%), sedangkan pada pernyataan “karyawan menerima gaji yang adil sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan” responden memilih jawaban kurang setuju sebanyak 12 orang (40%), memilih jawaban tidak setuju sebanyak 3 orang (10%) dan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (3%) kemudian responden memilih jawaban setuju berjumlah 13 orang (43%) dan jawaban sangat setuju berjumlah 1 orang (3%). Dapat disimpulkan bahwa gaji yang ditawarkan oleh bank muamalat cabang surabaya tidak dirasa puas dan kurang adil oleh sebagian karyawan marketing funding jika dibandingkan dengan tugas yang dibebankan sama dengan karayawan marketing lainnya namun gaji antar karyawan tidak sama tergantung atas tingkatan marketing tergolong Senior RM (SRM) Funding atau masih Junior RM Funding dan lama bekerja.

Diagram 3. Karakteristik Responden pada Variabel Kinerja Karyawan



Sumber: Data Kuesioner Karyawan Marketing Funding Bank Muamalat Surabaya

Dari diagram diatas, tiga pernyataan kuesioner pada variabel kinerja responden menyatakan sangat setuju terbanyak pada banyak pernyataan “Niat bekerja karena Allah SWT memberikan nilai lebih pada pekerjaan saya“ dengan jumlah 21 orang (70%) dan memilih jawaban setuju berjumlah 9 orang (30%). Pernyataan “meyakini bahwa mengabdikan diri terhadap suatu tugas adalah kebaikan yang mengantarkan pada keberkahan hidup, karena hal tersebut perkara amanah yang harus dilaksanakan” responden memilih jawaban setuju terbanyak dengan jumlah 17 orang (57%), jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang (40%) dan 1 orang (3%) memilih jawaban kurang setuju. Selanjutnya, pada pernyataan “Bekerja secara maksimal tidak hanya mengejar bonus semata melainkan untuk kebaikan sesama manusia mengharapkan keridhoan Allah SWT” responden memilih jawaban sangat setuju sebanyak 16 orang (53%),

jawaban setuju sebanyak 13 orang (43%) dan jawaban kurang setuju hanya 1 orang (3%).

Dari seluruh pernyataan kuesioner pada variabel kinerja ini terdapat nilai rata-rata terendah pada item “saya tidak pernah mendapatkan teguran berkaitan dengan kualitas hasil kerja yang saya selesaikan” responden menyatakan jawaban kurang setuju sebanyak 8 orang (27%), jawaban tidak setuju sebanyak 8 orang (27%) dan memilih jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (3%) kemudian pada item pernyataan “mampu menyelesaikan tugas dengan baik tanpa adanya bimbingan atau petunjuk dari kepala bagian marketing funding atau menginginkan rekan kerja membantunya terlebih dahulu” responden menyatakan jawaban kurang setuju sebanyak 11 orang (37%), memilih jawaban tidak setuju sebanyak 5 orang (17%) dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (3%) kemudian responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 11 orang (37%) dan jawaban sangat setuju 2 orang (7%).

Dapat disimpulkan bahwa karyawan marketing *funding* juga pernah mendapatkan teguran atas kinerjanya dalam menyelesaikan tugasnya. Oleh karena itu, karyawan juga perlu mendapatkan bimbingan atau arahan dalam bekerja untuk menyampaikan gagasan yang diinginkan oleh perusahaan.

Uji T (Uji Parsial)

Uji t ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel motivasi berprestasi atau kompensasi dengan variabel terikat yakni kinerja marketing *funding*. Uji tersebut dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikansi $< \alpha$ atau nilai t hitung $> t$ tabel. Berikut merupakan hasil dari uji t atau uji parsial:

Tabel 1. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,876	12.446		.633	.532
X1	.678	.224	.450	3.023	.005
X2	.369	.142	.387	2.598	.015

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 25 dan Diolah Penulis

Dilihat dari hasil pengujian secara parsial pada masing-masing variabel dengan menentukan daerah kritis:

1. Distribusi t dengan $dk = n - 2 = 30 - 2 = 28$ (hasil interpolasi = 2, 048)
2. Uji dua pihak
3. $\alpha = 0,05$ (5%) yang ditempatkan kepada ujung dengan luas daerah 0,025

Dari hasil perhitungan uji t pada tabel output “Coefficient” diatas dapat diketahui berikut:

1) Motivasi Berprestasi

Hasil nilai signifikansi variabel motivasi berprestasi (X1) sebesar 0,005. Diketahui nilai t hitung sebesar 3.023 karena nilai nilai t hitung $3.023 > t_{tabel} 2,048$. Maka H_1 atau hipotesis pertama diterima dan H_0 ditolak. Sehingga, adanya pengaruh motivasi berprestasi terhadap kinerja marketing *funding* di Bank Muamalat Surabaya.

2) Kompensasi

Hasil nilai signifikansi variabel kompensasi (X2) sebesar 0,015. Diketahui nilai t hitung sebesar 2,598 karena nilai t hitung $2,598 > t_{tabel} 2,048$. Maka H_1 atau hipotesis

pertama diterima dan H_0 ditolak. Sehingga, adanya pengaruh kompensasi terhadap kinerja marketing *funding* di Bank Muamalat Surabaya.

Berdasarkan nilai koefisien regresi dan persamaan regresi yang telah dijelaskan diatas dapat diketahui bahwa variabel motivasi berprestasi dan kompensasi mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

Uji F (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui variabel motivasi berprestasi dan kompensasi secara serempak berpengaruh terhadap variabel kinerja marketing *funding*. Uji tersebut dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikansi $< \alpha$ dan nilai f hitung $> f$ tabel. Adapun hasil dari uji simultan pada tabel dibawah ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	498,705	2	249,353	11.609	,000 ^b
	Residual	579,962	27	21.480		
	Total	1078,667	29			

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 25 dan Diolah Penulis

Berdasarkan pada hasil perhitungan uji simultan secara keseluruhan pada tabel output Anova” diatas dijelaskan pengujian hipotesis model regresi bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 dan nilai f hitung sebesar 11.609. karena Sig. 0,000 $< 0,05$, Sehingga dikatakan bahwa variabel motivasi berprestasi (X1) dan kompensasi (X2) berpengaruh secara serempak terhadap variabel kinerja karyawan marketing *funding* di Bank Muamalat Surabaya (Y)

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel motivasi berprestasi dan kompensasi secara simultan terhadap kinerja marketing *funding*. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R²):

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,680 ^a	0,462	0,423	4,635

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 25 dan Diolah Penulis

Berdasarkan pada hasil perhitungan koefisien determinasi (R²) diatas memperlihatkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,462, nilai R square 0,462 berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi yakni $0,680 \times 0,680 = 0,462$. Besarnya angka R Square 0,462 sama dengan 46,2%% angka tersebut mengandung arti bahwa motivasi berprestasi dan kompensasi secara simultan memberikan pengaruh sebesar 46,2% terhadap kinerja karyawan marketing *funding*. sedangkan untuk sisanya sebesar $(100\% - 46,2\% = 53,8\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Karyawan Marketing Funding

Dapat diketahui dari hasil penelitian diatas memperlihatkan bahwa variabel motivasi berprestasi berpengaruh signifikan dan memiliki arahan positif terhadap kinerja marketing *funding* di Bank Muamalat Surabaya. Nampak bahwa responden

memiliki motivasi berprestasi lebih tinggi karena mereka optimis dengan harapan atas kesejahteraan hidupnya serta mewujudkan keberhasilannya terhadap tanggung jawab tujuan perusahaan dengan meyakini bakat dan potensi diri melakukan prestasi yang terbaik. Tanggapan responden berkenaan dengan indikator atau pertanyaan untuk mengukur motivasi berprestasi menunjukkan sebagian besar indikator pada variabel ini menyatakan jawaban setuju terbanyak. Sedangkan jika digabungkan antara jawaban sangat setuju dan setuju jawaban sebagian besar dikuasai oleh indikator yang menyatakan kesungguhannya dalam menyelesaikan tugas mencapai prestasi yang terbaik, mengembangkan kreatifitas dan memiliki keinginan untuk menjadi yang terbaik dalam pekerjaan. Tiga indikator tersebut menjadi jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden. Keyakinan mereka terhadap motivasi berprestasi dapat meningkatkan pencapaian target sesuai orientasi yang ditetapkan oleh perusahaan. Mereka dituntut mempunyai prestasi *interpersonal skill* yang baik dan memelihara hubungannya dengan nasabah ataupun calon nasabah dalam hal dapat menganalisa calon nasabah potensial dengan menyesuaikan segi kebutuhan nasabah.

Apabila ditinjau dari sudut pandang ekonomi islam, Pada dasarnya motivasi dalam diri manusia terjadi karena adanya peran dua kelompok *junud al-qalb*. *Junub al-qalb* yang bersifat fisik dan bersifat psikis. Nabi sendiri menjelaskan hadist riwayat Bukhari dan Muslim, dalam hidup manusia terdapat peran qalb (hati) sebagai aspek penentu hakekat manusia sebagai mudghah (segumpal darah).

الأَوَانُ فِي الْجَسَدِ مُضَغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ

Artinya: “ketahuilah, sesungguhnya di dalam tubuh manusia terdapat segumpal daging. Jika ia baik, seluruh tubuh baik. Jika ia rusak, seluruh tubuh juga rusak. Ketahuilah (segumpal daging)itu ialah hati” (HR. Bukhari No. 52 dan Muslim No. 1599)

Hadist diatas menjelaskan besarnya keutamaan memperbaiki amalan hati. Hati diperumpamakan seperti raja yang akan menjalankan perintah, menerima perintah dan melakukan perintah karena motif seseorang mengikuti kehendak hati. Tidak ada satu amal yang tegak melainkan amal itu keluar dari hati.

Junub al-qalb bersifat fisik berupa badan yang memiliki peran sebagai sarana. Sedangkan bersifat psikis berwujud terdapat dalam dua hal yaitu: Syahwat dan ghadlab. Adapun keduanya sifat tersebut memiliki makna yang sama “kehendak” namun motif yang berbeda. Sifat syahwat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu dengan (motif baik) dan sifat ghadlab mempengaruhi seseorang untuk menghindari (mendahului emosi) apabila menyelesaikan masalah tidak mempergunakan cara yang baik. (Zainal et al., 2014).

Temuan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Gorda, dkk. (2016) Motivasi berprestasi memiliki pengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Semakin tinggi motivasi berprestasi yang dipelajari oleh karyawan, maka semakin tinggi pula kinerjanya. Murty & Hudiwinarsih, (2012) juga menunjukkan bahwa motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Motivasi merupakan dorongan seorang individu yang memiliki arah pada tujuan. Semakin termotivasi karyawan maka akan menciptakan hubungan yang baik antar karyawan dan perusahaan akan meningkat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa motivasi Bank Muamalat Surabaya akan memiliki persepsi atau umpan balik

positif tentang motivasi berprestasi yang dirasakan baik oleh karyawan karena sifat syahwat dorongan pada dirinya sebagai iradah mampu bertindak sesuatu (motif baik) untuk perusahaan. Atas hal tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan keinginan kebutuhan karyawan agar terpenuhi dengan baik. Dapat disimpulkan bahwa kuatnya motivasi tergantung pada pandangan para karyawan tentang keyakinan yang terdapat dalam diri pekerja terhadap perusahaan.

Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan

Penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel kompensasi berpengaruh signifikan memiliki arahan positif terhadap kinerja marketing *funding* di Bank Muamalat Surabaya. Sebagian besar indikator yang menjelaskan variabel ini menyatakan jawaban setuju paling banyak. Pada item pernyataan seperti pemberian gaji, upah lembur responden menyatakan jawaban kurang setuju, karyawan mengungkapkan kurang puas atau kurang layak terhadap gaji yang ditawarkan perusahaan yang artinya kompensasi finansial secara langsung tidak sesuai pada harapan mereka. Sedangkan pernyataan pada indikator misalnya seperti pemberian cuti, tunjangan, maupun asuransi mengusulkan jawaban paling banyak setuju, yang artinya karyawan menerima kompensasi finansial secara tidak langsung dari perusahaan tersebut. Selanjutnya pada indikator kompensasi nonfinansial misalnya kenyamanan fasilitas yang tersedia, lingkungan kerja yang kondusif dan lainnya responden menyampaikan jawaban paling banyak setuju. Hal ini berarti semakin sesuai kompensasi yang diberikan perusahaan dalam memenuhi hajat kebutuhan hidup karyawan yang sesuai, maka kinerja karyawan marketing *funding* pada Bank Muamalat Surabaya akan bertambah. Pemberian kompensasi harus ditetapkan dengan cara yang tepat sesuai apa yang diberikan seorang karyawan untuk perusahaannya. seperti yang telah dijelaskan pada Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 233 sebagai berikut:

... وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُم بِالْمَعْرُوفِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: “Dan jika kamu ingin menyusukan anakmu kepada orang lain maka tidak ada dosa bagimu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah melihat apa yang kamu kerjakan”(QS. AL-Baqarah 2:233)

Ayat diatas memberikan dukungan gambaran kepada manusia bahwa sebagai seseorang pemberi kerja berkehendak memberikan bayaran upah kepada orang yang diberi kerja atas hasil jerih payah yang dikerjakannya.

Dari kenyataannya dilapangan dapat disimpulkan bahwa kompensasi finansial dalam bentuk gaji dan upah, merasa kurang dinyatakan layak menurut marketing *funding*. Sedangkan pada kompensasi nonfinansial sudah baik dan dapat dirasakan oleh seluruh marketing *funding* di bank muamalat cabang surabaya. Dengan adanya demikian dapat diketahui bahwa kompensasi dipandang sebagai sarana untuk mengolah sumber daya insani secara efisien yang sesuai dengan kepentingan masing-masing dari pihak atas kebutuhan perusahaan maupun kebutuhan karyawan.

Penelitian sebelumnya juga mendukung dimana. Hadi, (2014) menjelaskan pada penelitiannya bahwa Kompensasi finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan sedangkan kompensasi nonfinansial juga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kinerja karyawan. Bahkan, kajian empirik yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alimuddin, (2012) yang menyatakan bahwa kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja karyawan. Suryalena, (2017) kompensasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Kompensasi dapat merangsang kinerja didalam diri karyawan sehingga mempunyai pengaruh terhadap kinerja. Dengan kata lain tinggi rendahnya kompensasi merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan.

Pengaruh Motivasi Berprestasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian diatas menunjukkan motivasi berprestasi dan kompensasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan marketing *funding* di Bank Muamalat Cabang Surabaya. Hasil tersebut didukung dari riset Murdiyanto (2016) yang menyatakan persepsi motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Bank Muamalat Cabang Semarang. dapat dikatakan bahwa motivasi Bank Muamalat cabang Semarang dirasakan baik oleh karyawan jika semua karyawan yang dibutuhkan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Pernyataan tersebut didukung riset yang dilakukan oleh Astuty (2010) menyatakan pengelolaan kompensasi yang diatur dengan sebagaimana mestinya akan menjadi sarana yang efektif mempertahankan semangat kerja yang produktif dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan motivasi berprestasi yang lebih tinggi akan memiliki prestasi kerja tinggi dan kompenasi yang ditawarkan lebih menjanjikan akan berdampak pada sikap karyawan untuk lebih meningkatkan kinerjanya. Sebaliknya, apabila perusahaan tidak bisa meningkatkan motivasi para karyawannya dan kompensasi yang tidak memperhatikan kebutuhan mereka sesuai standar hidupnya, akan sulit untuk mencapai misi yang diharapkan perusahaan.

Pandangan ekonomi islam mengenai kinerja berkaitan dengan sesuatu yang telah dikerjakan (hasil kerja) oleh individu dengan standart yang ditentukan. Dalam Al-Quran Surat Al-Qasas ayat 77 Allah SWT berfirman :

وَابْتَغِ فِيهَا مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: *“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”*(QS. Al-Qasas 28:77)

Menurut Qardhawi (2001), islam memerintahkan tidak semata-mata bekerja, melainkan bekerjalah dengan baik dan kompeten. Seorang muslim hendaknya melaksanakan dengan ihsan penuh kesungguhan dan ketekunan dalam bekerja.

Seperti yang dijelaskan juga dalam hadist HR. Baihaqi dari Siti aiyah, yang disampaikan hadist hasan dalam Shahih al-jami’ ash-Shahir. Rasulullah bersabda:

Artinya: *“Sesungguhnya Allah mencintai jika seseorang melakukan suatu pekerjaan hendaknya dilakukan secara itqon (profesional)”*(HR. Baihaqi).

Potongan hadist tersebut menjelaskan tentang anjuran bagi manusia agar melakukan suatu pekerjaan dengan penuh perhitungan, memastikan pekerjaan yang dikerjakan telah dilakukan dan dikelola dengan perencanaan yang baik, sehingga bisa menghasilkan sesuatu yang optimal. Dalam hal ini, dorongan atau motivasi yang menghasilkan peningkatan prestasi akan menjadi kinerja yang lebih tinggi. Oleh karena itu, sangat penting menghidupkan semangat bawahannya dengan memberikan umpan balik berupa penambahan kompensasi pendapatan baik melalui gaji, upah, insentif ataupun tunjangan-tunjangan lainnya yang sesuai dan adil. Dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan marketing *funding* Bank Muamalat Surabaya akan memiliki kinerja yang baik apabila persepsi atau tanggapan positif terhadap perusahaan mampu menghidupkan motivasinya yang didasari akan impuls atau dorongan kebutuhan yang terpenuhi.

1. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka diperoleh simpulan bahwa (1) motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja marketing *funding* di Bank Muamalat cabang Surabaya. Artinya, apabila motivasi untuk berprestasi karyawan tinggi maka kinerja marketing *funding* akan bertambah meningkat; (2) kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja marketing *funding* di Bank Muamalat Surabaya. Artinya, apabila pemberian kompensasi yang diterima karyawan sesuai dengan harapan karyawan maka perusahaan dapat membuat karyawan untuk tetap bertahan di perusahaan dalam jangka panjang.; (3) motivasi berprestasi dan kompensasi berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan marketing *funding* di Bank Muamalat Surabaya. Kedua variabel tersebut saling berhubungan. Apabila pemberian kompensasi tersebut mampu menarik karyawan agar termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya, maka produktivitas juga akan semakin meningkat dan perusahaan dapat mencapai sasaran strataegisnya yakni mengembangkan usaha dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Maka saran yang dapat diberikan untuk perusahaan yaitu kompensasi yang diterapkan pada Bank Muamalat Kantor Cabang Surabaya sudah tergolong baik, namun begitu disarankan untuk meningkatkan kompensasi pada gaji dan upah yang sesuai dan adil. Dua indikator kompensasi, pada subindikator kompensasi finansial secara langsung berupa gaji dan upahlah yang meperoleh poin paling sedikit dengan kategori kurang sesuai. Disarankan kepada perusahaan agar mempertimbangkan terkait pemberian kompensasi dalam bentuk gaji maupun upah lembur karyawan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan lebih dari dua variabel independen lainnya. Dan sampel yang digunakan dapat diperbanyak

2. REFERENSI

- Kementerian Keagamaan Republik Indonesia. (2013). Al-Mubin: Al-Qur'an & Terjemahannya. Jakarta: Pustaka Al-Mubin
- Al-jauziyyah, I. Q. (2018). *Thibbul Qulub Klinik Penyakit Hati* (Indonesia; A. Zirzis, ed.). Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Alimuddin, W. (2012). Pengaruh Promosi Jabatan dan kompensasi terhadap Prestasi kerja Pada PT. PLN (Persero) Semarang. *Jurnal Manajemen, Vol. 1*(Nomor 3).

- Astuty, Y. N. B. (2010). Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Guru di SMAN 2 Aga Makmur Bengkulu Utara. *Jurnal Kependidikan TRIADIK, Vol.13*(No.1).
- Bank Muamalat. (2016). Tentang Muamalat Visi & Misi. Retrieved from <https://www.bankmuamalat.co.id/>
- Farras, B. (2019). Persaingan Ketat, OJK: Konsolidasi bank Tak Bisa Dihindari.
- Gorda, A. E. S., Lestari, N. P. N. E., & Budhi, M. K. S. (2016). Organizational Communication, Career Pattern, Achievement Motivation, Organizational Commitment And Employee Performance A Case Study At Department Of Cooperatives, Small And Medium Enterprises, Industry And Trade, Klungkung Regency, Bali, Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom, Vol. IV*(Issue 4), 518–530.
- Hadi, L. (2014). Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Nonfinansial Terhadap Kinerja Karyawan BUMN (Studi Kasus PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Teluk Kuantan). *Jurnal Al-Iqtishad, 2*, 50–72.
- Hasibuan, S. . M. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Revisi). Jakarta: Bumi Aksara.
- Hindria, H., & Dkk. (2014). Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Buleleng. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen, 2*, 39–48.
- Mahmudi. (2015). *Manajemen Kinerja Sektor Publik* (Cetakan 1). Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.
- Murdiyanto, A. (2016). Influence Of Leadership, Motivation And Career Development On The Performance Of Employees At Muamalat Bank Branch Semarang. *ICOBAME, 278–289*.
- Murty, windy A., & Hudiwinarsih, G. (2012). Pengaruh Kompensasi, Motivasi, dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Di Surabaya). *The Indonesian Accounting Review, 2*(2), 215–228.
- Otoritas jasa Keuangan. (2019). Statistik Perbankan Syariah. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Oktober-2019.aspx>
- Qardhawi, Y. (2001). *Norma dan etika ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Cetakan 13). Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada.
- Sudaryo, Y., Aribowo, A., & Sofiati, N. A. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Kompensasi Tidak Langsung dan Lingkungan Kerja Fisik* (T. Erang, Ed.). Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Suryalena, N. Y. herman. (2017). Pengaruh Promosi Jabatan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Giant Ekstra Nangka Pekanbaru). *Jom FilsIP, 4*(2), 1–13.
- Suwarno. (2010). *Perilaku Keorganisasian*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Yani, L. P. D., Susila, G. P. A. J., & Bagia, I. W. (2016). Pengaruh Promosi Jabatan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen, Vol. 4*, 1–9.
- Zainal, V. R., Basalamah, S., & Muhammad, N. (2014). *Islamic Human Capital Management Manajemen Sumber Daya Insani Cara Tepat Dan Mudah Dalam Menerapkan Manajemen Sumber Daya Insani Dalam Perusahaan Secara Islami*. Jakarta: Rajawali Pers.